

**ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ І ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ  
СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ  
ESTIMATION OF COMPETITIVENESS AND DEVELOPMENT TENDENCIES  
OF INSURANCE MARKET OF UKRAINE**

За допомогою методології Л. В. Шірінян проведено комплексну оцінку конкурентоспроможності і тенденцій розвитку страхового ринку України [1-2]. Результати дослідження виявили як позитивні риси, так і прояв негативних тенденцій на страховому ринку України. До позитивних характеристик можна віднести наявність конкуренції і високу конкурентоспроможність на ринку «non-life» страхування. До негативних рис – низький рівень ємності страхових послуг, висококонцентрований стан та невисоку конкурентоспроможність ринку страхування життя, великі відхилення від оптимальних значень числа страховиків та індексу Герфіндаля-Гіршмана.

Аналіз конкурентоспроможності страхового ринку України в розрізі географічного аналізу для 2006-2016 років показав нерівномірність розподілу страхових послуг: більшість регіонів України поки не є насиченими щодо страхових послуг і можуть мати більшу щільність страховиків, ніж є на даний час, одна філія страховика в середньому охоплює 30 тис. населення в області. Найвища щільність страховиків для ринку загального страхування протягом досліджуваного періоду була у 2013 році. Дослідження ємності страхового ринку показало відносно стабільну динаміку функціонування страхового ринку країни [3].

Результати дослідження отримано в рамках держбюджетної теми НДР кафедри фінансів Національного університету харчових технологій «Комплексна оцінка та шляхи підвищення конкурентоспроможності страхового ринку України в контексті європейської інтеграції» (номер державної реєстрації 0117U001246, наказ МОНУ №198 від 10.02.2017, термін виконання 2017–2020 рр. Керівник проекту – д.е.н, проф. Шірінян Л. В.).

Перелік використаних джерел:

1. Шірінян Л. В. Методологія комплексної оцінки відкритості ринків банківських і страхових послуг України / Л. В. Шірінян, А. С. Шірінян // Економіка України, 2017. – № 12. – С. 55–60.
2. Шірінян Л. В. Фінансове регулювання страхового ринку України: проблеми теорії та практики: монографія / Л. В. Шірінян. – Наукове видання. – Київ: видавництво «Центр Учбової Літератури», 2014. – 458 с.
3. Арич М. І., Шірінян Л. В. Дослідження конкурентоспроможності страхового ринку України: географічний аналіз / М. І. Арич, Л. В. Шірінян // Наукові праці НУХТ. – 2017. – Том 23, №5, Частина 2. – С. 17 – 25.

**СЕКЦІЯ 2. ІНСТИТУЦІЙНИЙ ТА ФІНАНСОВИЙ БАЗИС ФОРМУВАННЯ  
ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД  
ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ**

УДК 336.71

**Бортняк Ірина**  
студентка групи ПФМЗ-51  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м.Тернопіль, Україна  
**Iryna Bortnyak**  
student of group PFm-51  
Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University,  
Ternopil, Ukraine

Науковий керівник: **Крамар Ірина**  
доцент, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м.Тернопіль, Україна  
Scientific supervisor: **Irina Kramar**  
associate professor, Ternopil Ivan Puluj National Technical University,  
Ternopil, Ukraine

## **МЕТОДИ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ** **METHODS OF BANKING INSTITUTIONS COMPETITIVE FIGHTING**

Банки можуть досягати конкурентних переваг за допомогою різних методів. Залежно від цього розрізняють цінову і нецінову конкуренцію. Особливістю банківської цінової конкуренції є відсутність чіткого взаємозв'язку споживчої вартості банківської послуги і її ціни. Цінова конкуренція на ринку банківських послуг має обмежений характер.

У якості основних обмежувальних факторів цінової конкуренції можна розглядати:

- прямі і непрямі методи державного впливу;
- наявність крайніх (верхньої і нижньої) меж зміни ціни.

Державний вплив на ринок банківських послуг і діяльність банків на ньому здійснюється заходами грошово-кредитної та бюджетно-фіскальної політики і може бути реалізований як економічними (непрямими), так і неекономічними (прямими) методами. Рівень нижньої межі зміни ціни визначається обсягом затрат банку на здійснення пропозиції тих чи інших видів послуг. Визначити верхню межу ціни дещо складніше, оскільки вона визначається наявністю достатнього попиту на банківські послуги.

Методами цінової конкуренції банків є: - надання знижок за заявленими тарифами;

- надання більшого обсягу послуг за діючими тарифами;
- безкоштовне надання частини послуг;
- залучення більш дешевих фінансових ресурсів;
- цінова дискримінація (пільгові умови надання послуг окремим категоріям клієнтів, більш високі ставки за депозитами для окремих категорій населення) та ін.

Нецінова конкуренція базується на покращенні якісних характеристик банківських продуктів і проведенні активної комунікаційної політики. Розрізняють критерії якості банківських продуктів з точки зору клієнта і з точки зору банку.

Рівень якості клієнт зіставляє з цінами.

Методами нецінової (нетарифної) конкуренції в банківському секторі економіки є:

- забезпечення кращої, ніж у конкурентів, інформованості про стан і тенденції ринку на основі сучасних інформаційних технологій;
- проведення професійних маркетингових досліджень;
- підвищення якості послуг;
- розробка та впровадження нових послуг;
- ріст професіоналізму співробітників, створення більш сприятливих умов праці та її мотивації;
- удосконалення менеджменту банку тощо.

Для сучасного ринку банківських послуг можна вважати характерними такі основні тенденції і закономірності, які справляють суттєвий вплив на зміст, форми і методи конкурентної боротьби:

1. Універсализація банківської діяльності.
2. Ліберализація державного регулювання банківського бізнесу.
3. Розширення територіальної сфери діяльності банків.
4. В якості конкурентів комерційних банків все частіше виступають не тільки інші банки, але й парабанки і нефінансові організації.
5. Внутрігалузева конкуренція носить переважно видовий характер.
6. Банківські послуги в певній мірі можуть замінювати одна одну, але не мають

конкурентноздатних зовнішніх небанківських замінників.

7. Зростання ролі нецінової конкуренції.

8. Банківські ринки є ринками диференційованої олігополії, що дає широкі можливості для координації і погодження ринкової політики.

9. Глобалізація банківської конкуренції.

Аналіз наведених тенденцій та закономірностей сучасної банківської конкуренції дає підстави зробити висновок, що кожна з них окремо і всі вони в сукупності характеризуються єдиним напрямком дії, а саме – приводять до загострення конкурентної боротьби та її ускладнення. Це в свою чергу є об'єктивним фактором посилення ролі маркетингових інструментів у банківській діяльності.

Перелік використаних джерел:

1. Правила бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України // Постанова Правління Національного банку України від 18 червня 2009 року N255.

2. Закон України “Про Національний банк України” // від 20 травня 1999 року N 679-XIV (станом на 10.01. 2002 року N 2922-III).

3. Щибиволок З.І. Аналіз банківської діяльності : Навчальний посібник/ З.І. Щибиволок; Відп. За вип. С.І. Шкарабан. – К.: Знання, 2006. – 312 с.

УДК 336.02

**Липчук Альбіна**

студентка групи ПФ-11

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

м. Тернопіль, Україна

**Albina Lypchuk**

student PF-11

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University,

Ternopil, Ukraine

Науковий керівник: **Маркович Ірина**

кандидат економічних наук, доцент

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

м. Тернопіль, Україна

Scientific supervisor: **Markovych Iryna**

Ph.D, Associate Professor

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University,

Ternopil, Ukraine

## **ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР**

### **SOURCES OF FINANCIAL SUPPORT FOR BUSINESS ACTIVITIES OF ENTERPRISE STRUCTURES**

Діяльність підприємств в умовах ускладнення зовнішнього середовища вимагає спрощеного доступу до фінансових ресурсів, адже достатність обігових коштів дає можливість безперебійно проводити процеси виробництва чи надання послуг.

Серед непрямих механізмів фінансування варто звернути увагу на наступні.

1) Факторинг (англ. “factor” – агент, посередник). За договором факторингу (фінансування під відступлення права грошової вимоги) одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження другої сторони (клієнта) за плату (у будь-який передбачений договором спосіб), а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника) [1].

2) Боргове фінансування за допомогою облігацій

Емісія корпоративних облігацій здійснюється у разі виникнення таких потреб :